

Il contenuto di questa pagina richiede una nuova versione di Adobe Flash Player.



## Formazione

Per rispondere alla crescente complessità e globalizzazione dei mercati, le Aziende modernamente organizzate, implementano nuovi modelli di business, nuove forme organizzative.

[Read more](#)

## Coaching

Il coaching ha come obiettivo l'aiutare ad accedere alle proprie risorse, al proprio potenziale, a migliorare la performance, le capacità relazionali.

[Read more](#)

## Consulenza Organizzativa

Solo un modello organizzativo efficiente ed efficace consente la completa soddisfazione del cliente e quindi il successo aziendale.

[Read more](#)

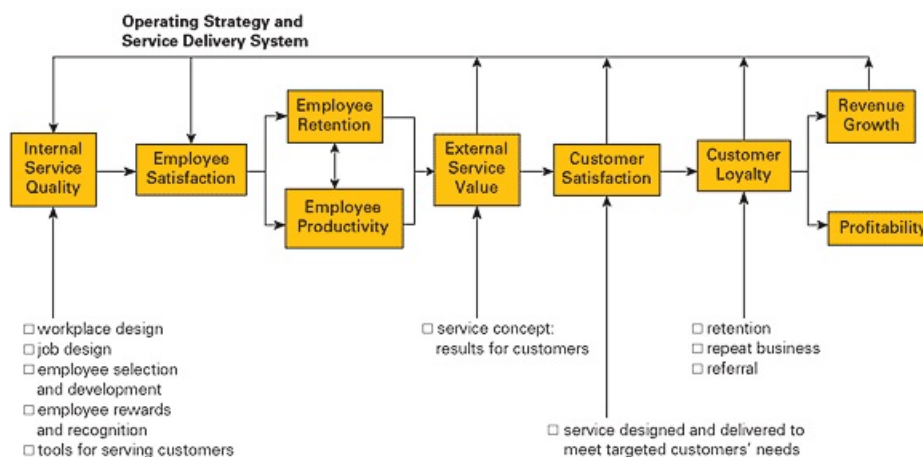
**Progettare ed erogare percorsi formativi centrati sull'empowerment individuale e organizzativo è la nostra missione.**

La complessità dei Mercati, la Concorrenza, le nuove Tecnologie, sono solo alcune delle sfide che ogni organizzazione è chiamata a vincere. Tale scenario implica anche un nuovo modello di riferimento nella gestione delle risorse umane: non solo direzione, ma soprattutto crescita e coinvolgimento dei propri collaboratori affinché attraverso il loro impegno, possano contribuire allo sviluppo della relazione con il Cliente, della performance, dell'efficienza, della qualità, della redditività.

**Per raggiungere tale risultato, una delle leve fondamentali è la Formazione delle Risorse Umane.**

A tal proposito è interessante la riflessione che ci consente di fare un articolo pubblicato sulla prestigiosa Harvard Business Review dal titolo "Putting the Service-Profit Chain to Work" (da cui è tratta l'immagine di seguito riprodotta): la diretta relazione intercorrente tra la Qualità dei servizi erogati all'interno del perimetro aziendale (e quindi anche dell'investimento nello sviluppo delle Risorse Umane) e la Crescita dell'Azienda stessa.

### The Links in the Service-Profit Chain



Reprinted with permission. From "Putting the Service-Profit Chain to Work" by James L. Heskett, Thomas O. Jones, Gary W. Loveman, W. Earl Sasser Jr., Leonard A. Schlesinger. Harvard Business Review, July 2008. Copyright (c) 2008 by Harvard Business Publishing; all rights reserved

